

EXAMEN 2do PARCIAL Taller de Diseño Gráfico

Nombre:.....
Paralelo: 1

Fecha:.....

“Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar.”

.....
Firma de compromiso del estudiante

1. Cuando recibe un encargo de una institución para realizar una identidad corporativa, el proceso de diseño pasa por distintas etapas para darse por concluido, entre ellos tenemos la definición, ideación, prototipo, implementación, etc. Señale cuál es el elemento tangible que evidencia la finalización de este proceso:

- a. Imagen de marca
- b. Logotipo
- c. Manual de marca
- d. Catálogo

2. Se puede considerar que un logotipo evidencia problemas, cuando su creación:

- a. No cumple con las proporciones adecuadas
- b. No utiliza retícula
- c. No define los colores adecuadamente
- d. Carece de una buena conceptualización

3. Decimos que _____, es el conjunto de elementos característicos que construyen una marca, se crean y se gestionan mediante el branding.

- a. Identidad de marca
- b. Imagen
- c. Imagen de marca
- d. Identidad

4. De los tipos de envase (packaging), relacione usted los conceptos que se refiere a envase primario, envase secundario y envase terciario:

- | | |
|----------------------|---|
| 1. Envase primario | a. Aquel que contiene uno o varios envases. |
| 2. Envase terciario | b. Tiene directamente contacto con el producto. |
| 3. Envase secundario | c. Unifica y protege al envase en el proceso de distribución comercial. |

Seleccione la alternativa que reúna el conjunto de enunciados verdaderos.

- a. 1a, 2b, 3c
- b. 1c, 2b, 3a
- c. 1b, 2c, 3a
- d. 1c, 2a, 3b

5. La composición de una marca está determinada por algunas características que conocemos por el término que lo identifica, Raúl Bellucia propone una nueva denominación para dichos términos, convirtiéndolos en identificadores simbólicos e identificadores nominales, siendo así:

- | | |
|--------------|-------------------------|
| 1. Isotipo | a. Símbolo sólo |
| 2. Imagotipo | b. Logo-símbolo |
| 3. Isologo | c. Logotipo con símbolo |

Seleccione la alternativa que relacione correctamente los enunciados

a. 1b, 2a, 3c
b. 1a, 2c, 3b
 c. 1b, 2b, 3a
 d. 1c, 2b, 3c

6. Clasifique las siguientes imágenes, organícelas y escriba la respuesta de marca correcta en el recuadro:



Logotipo	Imagotipo
Isologo	Isotipo

7. En qué escenario se hace necesario cambiar de imagen:

- Cuando han pasado seis meses
- Cuando se quiere transmitir un mensaje distinto sobre la empresa
- Cuando el logo comunica que es aburrido
- Cuando el cliente lo solicita

8. Mencione tres soportes visuales de la identidad corporativa:

- a. Folletería y Publicaciones b. _____ c. _____ d. _____

9. Para crear una _____ se debe planificar y estudiar la _____.

- Diseño, empresa
- Marca, audiencia
- Visión estratégica, identidad de la empresa
- identidad corporativa, visión estratégica

10. Ordene correctamente el desarrollo de la Historia del Cartel



- Nace el cartel litográfico, combinando imagen y texto
- 1870, París es el dominante en la comunicación en Europa y América
- Jules Cheret, se convierte en el principal representante del cartel
- Movimientos como Art Nouveau, Futurismo y Art Decó, utilizan este recurso entre los siglos XIX y XX

Seleccione la alternativa que relacione correctamente los enunciados

- 1c, 2d, 3b, 4a
- 1a, 2b, 3c, 4d
- 1d, 2c, 3a, 4b
- 1b, 2a, 3d, 4c

11. Cuando la imagen por su contacto inmediato y totalizador respecto al receptor implica una nueva estructuración de sus hábitos sensitivos y cognitivo, decimos que se trata de la función de _____ del afiche.

- Persuasión
- Información
- Educación
- Seguridad

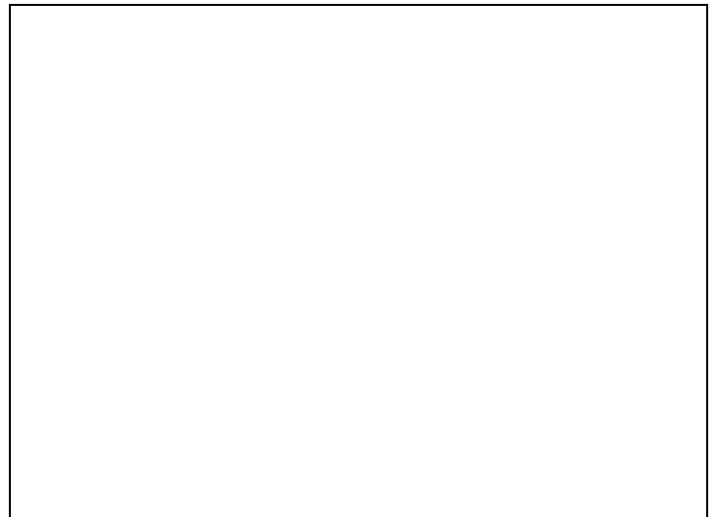
12. Diseñe un cartel basado en las elecciones 2014, utilizando el layout de ventana:

Opción 1:

- AP
- Viviana Bonilla
- Viviana es Revolución
- Todo, todito 35

Opción 2:

- 6 Madera de Guerrero
- Jaime Nebot
- Todos reconocen la obra de Nebot
- Todo Toditito 6



13. La mayoría de los consumidores recuerdan un packaging más por su color que por su nombre o marca. Desde un aspecto de marketing el color persigue las siguientes características:

- | | |
|--|--|
| 1. Provocando la atracción del comprador y favoreciendo la efectividad del mensaje | a. Posicionar el producto |
| 2. Dándole personalidad. | b. Crear un estímulo de venta |
| 3. Hace los productos más atractivos | c. Mejora la presentación del producto |

Seleccione la alternativa que relacione correctamente los enunciados

a. 1b, 2a, 3c
 b. 1a, 2c, 3b
 c. 1c, 2b, 3a
 d. 1b, 2c, 3a

14. La infografía, es una representación visual, en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones e ilustraciones, siendo así diseñe una infografía de hitos de la Espol, siguiendo el siguiente ejemplo y diágrámelo estéticamente:

